USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

PROJET CROISSANCE ECONOMIQUE

ACCOMPAGNEMENT DES REFORMES ET INITIATIVES EN FAVEUR DE LA FILIERE DES ENGRAIS CHIMIQUES AU SENEGAL

PLAN DE COMMUNICATION

DATE : JUIN 2011
Ce rapport est conçu avec l'appui du people américain à travers l'Agence Américaine pour le Développement International (USAID).
Il est rédigé par Technologie Développement Consultance (TDC) pour International Resources Group (IRG).

PROJET CROISSANCE ECONOMIQUE

ACCOMPAGNEMENT DES REFORMES ET INITIATIVES EN FAVEUR DE LA FILIERE DES ENGRAIS CHIMIQUES AU SENEGAL
PLAN DE COMMUNICATION

Contrat No. IQC No 685-1-00-06-00005-00

DATE DE DEPOT DU RAPPORT : juin 2011

Soumis à IRG par Technologie Développement Consultance (TDC)

DISCLAIMER
Le point de vue émis dans cette publication ne reflète pas nécessairement le point de vue de l'Agence Américaine pour le Développement International ou celui du Gouvernement Américain

TABLE DES MATIERES

1. PROPOSITION DE SUPPORTS DE COMMUNICATION 1

2. PROPOSITION D'UN PLAN DE COMMUNICATION 2

2.1. OBJECTIFS 2

2.2. POPULATION CIBLE 2

2.3. DURÉE DE LA CAMPAGNE 3

2.4. DÉMARCHES ET MÉTHODOLOGIE 3

3. CONTENU DES SUPPORTS 4

3.1. CONTENUE DE LA BANDE DESSINÉE ET DES SPOTS RADIO 4

3.2. CONTENU DES ÉMISSIONS 6

3.3. CONTENU DES BANDEROLES 7

3.4. CONTENU DES AFFICHES 7

4. CRITERES DE CHOIX DES SUPPORTS 11

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : cadre logique du plan de communication..... 8
Tableau 2 : Avantages et inconvénients des supports choisis..... 11
Tableau 3: tableau récapitulatif des messages (à traduire en image et leurs périodes de réalisation) :
..... 14

I. PROPOSITION DE SUPPORTS DE COMMUNICATION

1. Résumé de l'étude sur les engrais ;
2. Présentation en Power point de l'étude sur les engrais ;
3. Couverture télévisuelle par la RTS (et autres tels que organes TV) de l'atelier de restitution des travaux du Cabinet TDC – Sénégal au Comité Engrais ;
4. Banderoles : annonce de l'atelier de restitution des travaux de TDC, messages sur l'utilisation des engrais ;
5. Plaquettes sur l'étude des engrais : accent sur les résultats de l'étude ;
6. Affiches : effets des engrais sur les cultures (riz, maïs, tomates, etc.), sur le stockage des engrais, etc ;
7. Réalisation d'émissions radios : au niveau d'organes à couverture nationale, régionale (RTS), communautaires (locales) et autres radios. Il y sera présenté le contenu du programme des engrais subventionnés, les acteurs, le rôle du Comité de réflexion ;
8. Insertion d'articles dans les journaux : sur la création du Comité de réflexion sur les engrais, ses objectifs, sa mission, les résultats de l'étude du PCE, etc.

2. PROPOSITION D'UN PLAN DE COMMUNICATION

Ce plan de communication permet de définir les grandes lignes d'une campagne de communication en direction des acteurs de la filière des engrais chimiques au Sénégal.

Il fait l'économie de l'ensemble des activités prévues dans le cadre de cette campagne.

2.1. OBJECTIFS

Objectif global : ce plan de communication a pour objectif de mettre à la disposition des décideurs, des industries productrices et des producteurs les informations pertinentes afin de contribuer à l'utilisation efficace de l'engrais chimique par les producteurs agricoles pour améliorer la productivité des terres cultivées et la fertilité des sols en vue d'augmenter les rendements des cultures.

Objectif Spécifique 1 : Disséminer le document de l'étude sur les engrais du Projet Croissance Economique (PCE) auprès des différents acteurs impliqués dans la production, la distribution et l'utilisation de l'engrais.

Objectif Spécifique 2 : Accroitre la connaissance des avantages de l'utilisation des engrais chez les producteurs et les décideurs en leur donnant l'information pertinente à travers des supports adaptés.

2.2. POPULATION CIBLE

Ce présent plan de communication a pour cible l'ensemble des acteurs de la production agricole même s'il met le focus sur les producteurs qui restent les cibles principales. Les différentes catégories d'acteurs ciblés sont :

- Les producteurs agricoles ruraux à travers leurs associations, leurs interprofessions et leurs organisations ;
- Les exploitants privés ;
- Les ouvriers agricoles à qui est confiée la gestion des champs par certains privés ;
- Les services techniques du ministère de l'agriculture ;
- Les services d'encadrement (ANCAR, SAED…) ;
- Les services financiers (CNCAS, SFD, CMS) ;

- Les entreprises productrices d'engrais (ICS, SENCHIM….) ;
- Les fournisseurs et importateurs ;
- Les commerçants et les consommateurs (le grand public).

2.3. PERIODE DE LA CAMPAGNE

Ce plan de communication pour être efficace et avoir des impacts probants devra être déroulé entre le mois de Mai qui correspond au début des travaux champêtres avec les activités de défrichement jusqu'au mois de Février qui correspond à la fin des travaux champêtres, mais aussi aux préparatifs pour les campagnes de saison sèche pour le maraîchage et certaines spéculations tels que le riz.

2.4. DEMARCHES ET METHODOLOGIE

L'approche utilisée et holistique permet de toucher l'ensemble des acteurs de l'agriculture grâce à la combinaison de plusieurs supports adaptés selon les cibles et le contexte de la communication. Du fait de la diversité des cibles, seule la combinaison de plusieurs supports peut permettre d'atteindre l'ensemble des acteurs.

En effet, deux types de supports sont proposés : supports en image et présentation des résultats de l'étude.

Les supports en image sont constitués de :

- La bande dessinée ;
- Les affiches ;
- Les banderoles.

Ces supports sont surtout destinés à toucher la cible principale qui est constituée des producteurs ruraux et leurs organisations. Le choix des supports en image se justifie par le fait que la majorité des producteurs ruraux est analphabète, ou avec un niveau d'étude très bas. Ainsi les images étant plus parlant permettent de matérialiser les messages sur la pertinence et les conditions de l'utilisation des engrais ainsi que sur l'accès, afin de mieux les faire comprendre à tout acteur et de traduire les messages en langue locale selon les différentes zones.

Avec le jeu des couleurs, les images sur les affiches, les banderoles et la bande dessinée constituent un atout pour montrer la différence entre les résultats obtenus avec l'utilisation des engrais et l'absence d'utilisation d'engrais.

La bande dessinée sera utilisée lors des rencontres (causeries) avec les producteurs qui seront animées par deux agents techniques d'encadrement agricole dans différentes localités du territoire national. Il s'agit pour ces agents de susciter avec des groupes de producteurs des échanges sur l'engrais et de leur faire comprendre en s'appuyant sur les images, l'utilisation de l'engrais et leur intérêt pour améliorer les rendements.

Présentation des résultats de l'étude :

- Le résumé de l'étude,
- La présentation power point

Ces supports qui seront surtout utilisés lors de l'atelier de restitution visent des acteurs plus instruits avec un cadre d'échange et de dialogue qui favorise non seulement la transmission de message, mais aussi le recueil de feedback des acteurs. En outre, ils visent à toucher les acteurs techniques et à faire un plaidoyer auprès des décideurs et partenaires du secteur de l'agriculture.

Ces supports sont complétés par les spots radio, les émissions interactives et la couverture de l'atelier par les médias. Ceci permettrait de toucher au-delà des producteurs, un public d'avantage plus large et variés.

3. CONTENU DES SUPPORTS

3.1. CONTENUE DE LA BANDE DESSINEE ET DES SPOTS RADIO

Dans un premier temps nous allons présenter brièvement le contexte de la mission et les partenaires impliqués dans sa mise en œuvre. Puis s'en suivra la présentation de l'objectif du scénario qu'est *d'accompagner le comité de réflexion sur les engrais en vue d'aider à une meilleure compréhension de la filière des engrais et de promouvoir leur utilisation efficace et efficiente dans la fertilisation des cultures*.

La bande dessinée sera conçue dans le cadre de la dissémination des résultats et des recommandations de l'étude du PCE sur les engrais. Les différentes cibles concernées sont principalement : les producteurs et tous les acteurs impliqués dans la distribution et l'utilisation de l'engrais.

Les principales activités du programme de subvention des engrais destinés aux producteurs seront traduites en images pour aider les différents acteurs de la filière des engrais à comprendre le schéma idéal de distribution et d'utilisation ainsi que la responsabilité de chaque acteur dans le processus.

Le scénario sera fait en plusieurs thèmes contenant chacun des messages spécifiques pour une cible bien déterminée. Il sera conçu sous forme de dialogue entre un agent technique et un producteur.

Ce choix se justifie par le souci de mettre à profit le symbole que représente les services techniques et d'encadrement qui sont très écoutés par les producteurs et dont les paroles sont pris en compte ou tout au moins ont plus de crédit aux yeux des producteurs.

SCENARIO

La bande dessinée commence par l'image de deux producteurs qui sont très inquiets de la baisse des rendements depuis quelques années et se posent des questions sur les solutions pour y remédier. La scène se déroule au moment de la distribution des semences et en présence de l'agent technique (SDDR, SAED ou ANCAR).

Ayant entendu la discussion entre les deux producteurs, le dialogue entre l'agent technique et ses producteurs ce présente comme suit.

- **L'agent technique :** « Mais vous n'utilisez pas des engrais ? Ne savez vous pas que les engrais permettent d'augmenter sensiblement les rendements si ils sont bien utilisés ? »

  - **L'un des Producteurs :** « Certes on en a entendu parler mais de manière très vague et souvent on ne sait pas par où passer pour en disposer à temps ».

- **L'agent technique :** « Pourtant c'est très facile car l'Etat a mis en place une filière bien organisée que je vais vous expliquer. D'abord il y a au niveau de chaque Communauté rurale ce qu'on appelle un Comité local de cession des engrais qui est composé de personnes ressources qui connaissent bien la Communauté Rurale. Les membres de ce Comité se réunissent chaque année avant l'hivernage pour recenser les besoins en engrais des producteurs, centralisent les besoins pour chaque région au niveau du Directeur de la DRDR qui envoie la commande ».

<u>Thème 1 : Utilisation de l'engrais</u>

  - **Le Producteur :** « Maintenant dites nous comment utiliser efficacement l'engrais ? »

- **L'Agent technique :** « L'engrais est épandu dans le champ et la dose normale d'engrais varie entre 3 et 5 sacs de 50 kg pour 1 ha selon les cultures (image du producteur entrain d'épandre à l'appui). Et au fur est à mesure de l'évolution du champ, on voit la différence entre cette parcelle où on a mis de l'engrais et une autre qui n'en a pas reçu (image d'une parcelle fertilisée avec des feuilles vertes denses et une autre traitée avec de l'engrais avec des feuilles moins développées et moins vertes) ».

<u>Thème 2 : Effet de l'engrais sur les rendements</u>

  - **Le Producteur :** « Et quel est son impact sur les récoltes ? »

- **L'Agent technique :** « Comme vous le voyez sur ces images, la récolte est plus abondante dans cette parcelle de riz traitée avec de l'engrais que dans celle là qui n'a pas reçu de l'engrais (image d'une parcelle de riz en cours de récolte avec ensachage et des charrettes sur lesquelles le riz est chargé). Et ceci apparait dans ces différents documents comptables de gestion du comité local de gestion des engrais. C'est tout le contraire dans ce champs témoin non traité qui n'est pas traité et où le producteur peine à remplir une charrette (image à l'appui) ».

Thème 3 : Remboursement des engrais par le producteur

- **Le Producteur :** « Ainsi, chaque année les producteurs peuvent bénéficier de cet engrais ? »

- **L'Agent technique :** « Oui mais, cela nécessite qu'après la récolte, que le producteur rembourse son crédit engrais au comité local de cession en respectant toutes les procédures de l'enlèvement à la vérification et à la signature du document comptable de remboursement devant les membres du comité. Il peut alors vendre le reste de sa production en vue de résoudre des problèmes investissements, de gestion mais aussi les besoins de sa famille comme le fait ce producteur (image à l'appui) ».

- **Le Producteur :** « Merci mon frère aujourd'hui tu m'as édifié sur beaucoup de choses que j'ignorais. Désormais aucun producteur ne me devancera dans l'utilisation de l'engrais car je ne compte que sur l'engrais ».

3.2. CONTENU DES EMISSIONS

Thème 1 : Nécessité et pertinence de l'utilisation de l'engrais dans le contexte actuel de l'agriculture au Sénégal :

- Montrer l'état de dégradation de nos terres et ses effets sur les rendements ;
- Montrer l'importance des apports d'engrais dans les terres (NPK) ;
- Montrer le faible niveau d'utilisation de l'engrais par les producteurs.

Thème 2 : Procédures pour accéder à l'engrais

- Montrer comment se fait le Recensement des besoins en engrais ;
- Montrer comment se fait la commande des besoins en engrais pour les producteurs ;
- Montrer la procédure qui conduit à la cession de l'engrais aux producteurs et leurs modalités.

Thème 3 : Utilisation de l'engrais

- Montrer comment on utilise l'engrais (dosage, mode d'épandage, période).

Thème 4 : Effet de l'engrais sur la production

- Montrer comment l'engrais permet d'augmenter les rendements ;
- Comparer les rendements dans une parcelle sans amendement avec ceux d'une parcelle amendée.

Thème 5 : remboursement de l'engrais

- Montrer la nécessité pour le producteur de rembourser l'engrais.

3.3. CONTENU DES BANDEROLES

En plus de l'annonce de l'atelier, les banderoles contiendront les messages tirés des différents résultats de l'étude sur :

- Nécessité d'utiliser l'engrais (contexte de pauvreté des sols) ;
- La disponibilité de l'engrais pour les producteurs avec une production au niveau national aussi ;
- L'existence des comités de cession au niveau local ;
- Subvention par l'Etat ;
- La mis à disposition de l'engrais (transport et stockage) ;
- L'utilisation de l'engrais (différentes spéculations, dosage à l'hectare) ;
- Effets de l'engrais sur les rendements (avec comparaison d'images de deux parcelles dont un témoin) ;
- La nécessité de rembourser l'engrais.

3.4. CONTENU DES AFFICHES

- Nécessité d'utiliser l'engrais (contexte de pauvreté des sols et de baisse des rendements) ;
- L'utilisation de l'engrais (différentes spéculations, dosage à l'hectare) ;
- Effets de l'engrais sur les rendements (avec comparaison d'images de deux parcelles dont un témoin).

Tableau 1 : Cadre logique du plan de communication

N°	ACTIVITES	Période	Cibles	Objectifs	Résultats obtenus	Intervenants	BUDGET (FCFA)
1	**Dissémination du résumé de l'étude sur les engrais**	Mai	-PCE -TDC -Comité de réflexion	Imprégner les cibles sur les résultats de l'étude de façon brève et claire	Résumé exposé et cibles imprégnés	-PCE -TDC	
2	**Démultiplication du document résumé relu**	Juin	-Services techniques de l'Etat (MA, DRDR, SDDR,) -Services d'encadrement (ANCAR, SAED, etc.) -Partenaires de la filière -Industries productrices et laboratoires de recherche -Organisation de producteurs	Rendre accessible le résumé de l'étude pour favoriser son exploitation	Résumé relu et démultiplié en 1000 exemplaires	-PCE -TDC -Prestataire	
3	**Organisation de l'atelier de restitution** **Présentation en Power point de l'Etude du PCE durant l'atelier**	Juin	-PCE, -MA et services techniques rattachés -TDC -Comité de réflexion -Industries productrices d'engrais,* -Laboratoires recherches	Imprégner les cibles sur les résultats de l'étude de façon brève et claire	Résumé exposé et cibles imprégnés	-PCE -TDC -Acteurs de l'engrais	
4	**Confectionner une Bande dessinée sur la base du scénario**	Juin	-Producteurs à la base et les OP	Rendre plus digeste les messages aux yeux des cibles	-Les principaux messages sur la pertinence et l'efficacité des engrais ainsi que sur son accessibilité sont traduits en image. -Plus de 1000 bandes distribuées	-PCE -TDC -Prestataires	

5	**Faire des spots radio dans différentes langues sur la base du scénario utilisé pour la bande dessinée**		-Producteurs à la base et les OP	Atteindre à grande échelle les producteurs ruraux	-Les spots radio sont faits dans au moins 3 langues (wolof, pular et manding ou sérère)	-PCE -TDC -Prestataires	
6	**Couvrir l'atelier national de restitution des travaux du Cabinet TDC par la RTS et les deux TV les plus présentes dans les régions (Walf, TFM ou RDV) pour une plus grande diffusion de l'information**	Juillet	-Les producteurs et le grand public -Fournisseurs -Services techniques de l'Etat, du MA -Producteurs -Industries productrices d'engrais -Acteurs	Atteindre le grand public de l'audiovisuel	-atelier de lancement couvert par la TV -Le public est informé/sensibilisé sur la création du Comité Engrais du M.A.	-Comité de réflexion -PCE -TDC -TV -Fournisseurs	
7	**Elaborer des affiches sur la pertinence et l'efficacité de l'utilisation et les effets des engrais sur les cultures (augmentation des rendements)**	Juin	-Producteurs -Partenaires techniques -Fournisseurs -Prestataires -Services techniques de l'Etat et ses démembrements (préciser) -Les PTF et les fournisseurs n'ont pas besoin de l'affiche. Le résumé de l'étude convient à cette cible. - (la bande dessinée est suffisante)	Atteindre le grand public	2000 affiches confectionnées et distribuées	-Comité -PCE -TDC -Techniciens / recherche -Prestataires	
8	**Réaliser des émissions radiophoniques sur les résultats de l'étude et sur la pertinence et l'efficacité de l'utilisation de l'engrais (niveau national, régional et local), avec la RTS, Walf, SUD et radios communautaires.**	Juillet Aout Février Mars Mai	-TDC -Comité de réflexion -Techniciens -Fournisseurs -Producteurs -Comité Local de Cession	Atteindre le grand public des auditeurs de radios nationales, régionales et locales	20 émissions radios réalisées au niveau régional et 15 émissions de radios communautaires réalisées et diffusées pendant des semaines	-TDC -Comité Engrais -Techniciens -Comité de Cession (CR)	

9	**Insertion d'articles dans les journaux (le soleil, observateur, populaire)**	juin	-Acteurs du secteur de l'agriculture -TDC -Comité de réflexion	Atteindre le grand public des lecteurs de journaux	Dix articles traitant des résultats de l'étude sont régulièrement publiés dans au moins trois journaux	-Journalistes spécialisés dans le domaine de l'agriculture dans les différents journaux ciblés -TDC -Prestataires	
	TOTAL :						

NB : la colonne des prix sera alimentée après l'obtention des renseignements sur les prix et connaissance du nombre exact de participants aux différentes activités et en concertation avec PCE.

4. CRITERES DE CHOIX DES SUPPORTS

Tableau 2 : Avantages et inconvénients des supports choisis

Désignation des supports	Avantages	Inconvénients	Catégorie ciblée
1-Résumé étude	Ce résumé permet de présenter les résultats de l'étude sous une forme plus digeste pour les différentes cibles et de présenter les grandes lignes	Destiné à une catégorie de personnes d'un certain niveau de maitrise de la problématique de filière engrais et de la subvention.	-Services techniques de l'Etat (MA, DRDR, SDDR) -Services d'encadrement (ANCAR, SAED, etc.) -Partenaires de la filière -Industries productrices et laboratoires de recherche -Organisation de producteurs
2-Résumé en Power Point et présentation	Ce format power point facilite la présentation de l'étude et des résultats devant un public très cultivé et bien au fait de ces questions en allant aux points les plus essentiels. Offre une présentation plus synthétique encore qui met l'accent sur les grandes lignes et favorise le débat et les échanges entre acteurs de la filière	Destiné à une catégorie de personnes d'un certain niveau de maitrise de la problématique de filière engrais et de la subvention. Sa diffusion suppose l'existence de moyens audiovisuels.	-Services techniques de l'Etat (MA, DRDR, SDDR) -Services d'encadrement (ANCAR, SAED, etc.) -Partenaires de la filière -Industries productrices et laboratoires de recherche -Organisation de producteurs
3-Résumé de l'étude en documents relus	Le résumé permet d'avoir les grands axes de l'étude Offre la possibilité d'un archivage en imprimé Il peut être mis à la disposition de ceux qui le désireront à tout moment et à la demande Il peut être démultiplié en autant d'exemplaires voulu pour une distribution très large Il peut être traduit dans différentes langues nationales ce qui est important dans des endroits ou le programme d'alphabétisation fonctionne bien	Il reste une synthèse et ne contient pas certains points détaillés de l'étude. Ne touche pas le grand public	-Services techniques de l'Etat (MA, DRDR, SDDR) -Services d'encadrement (ANCAR, SAED, etc.) -Partenaires de la filière -Industries productrices et laboratoires de recherche -Organisation de producteurs

4-Bande dessinée sur les résultats de l'étude	- La bande dessinée permet de faire une représentation de certains aspects ou messages contenu dans l'étude en images et sous forme de Dialogue entre les acteurs des différents niveaux - Les images en couleur sont plus parlantes et attirent plus l'attention mais surtout de rendre compte de la différence entre une parcelle amendée et une parcelle témoin. - La bande sera réalisée dans plusieurs langues nationales (locales) - Elle peut être archivée - Elle peut être un document de référence - Elle peut être consultée plus d'une fois par les producteurs	- Ne permet pas de matérialiser tout le processus depuis la fabrication et le transport au risque de l'allonger inutilement - Ne doit être qu'en couleur pour être plus explicite. - Elle nécessite une démultiplication pour un grand nombre d'acteurs	-Producteurs à la base et les Organisations de Producteurs
5-Affiches sur l'utilisation les effets des engrais sur les cultures, le stockage, etc.	- Permet de traduire les avantages de l'utilisation de l'engrais et sont efficacité et sa pertinences dans le contexte actuel en image - Montrent des parcelles témoins sans engrais et des parcelles avec engrais - Montrent les bonnes techniques de stockage des engrais, etc. - Les affiches sont pertinentes surtout quand on doit sensibiliser un grand nombre de personnes qui peuvent pas toutes avoir sous les yeux la bade dessinée. - Les messages peuvent être traduits en langues nationale	- Coût élevé pour les affiches en couleur - Interprétation peut être difficile pour certains producteurs d'où la nécessité de traduire certains messages en langues nationales	-Producteurs à la base et les OP -Services techniques de l'Etat (DRDR, SDDR, MA) -Services d'encadrement (ANCAR, SAED, etc.) -Partenaires de la filière -Industries productrices et laboratoires de recherche -Organisation de producteurs
6-Couverture télévisuelle	- Permettra de toucher un large spectre d'acteurs et surtout les acteurs moins techniques, les consommateurs et les producteurs jusque dans les zones couvertes par les signaux télévisuels - Peut être rediffusée plusieurs fois - Peut être traduit en langues nationales - Les enregistrements peuvent être archivés et utilisés avant les causeries avec les producteurs	- L'heure de diffusion doit être une heure de grande audience - Temps d'antenne réduite qui ne permet de s'appesantir sur certains détails - Coût élevé	-Services techniques de l'Etat (MA, DRDR, SDDR) -ANCAR, SAED, etc. -Partenaires de la filière -Industries productrices et laboratoires de recherche -Organisation de producteurs -Producteurs à la base et les OP -Grand public

7-Banderoles	- Annonce l'événement aux différents passants (thème, date, organisateur, lieu, etc.) - peuvent être surtout utilisés aussi bien lors des ateliers que lors d'échanges devant un public nombreux. - Peut être réutilisée dans plusieurs activités (expositions par exemple)	- Elle est souvent seulement en français - Annonce éphémère - Touche juste les passants du lieu	-Services techniques de l'Etat (MA, DRDR, SDDR) -Services d'encadrement (ANCAR, SAED, etc.) -partenaires de la filière -industries productrices et laboratoires de recherche - organisation de producteurs -Grand public
8-Emission radiophonique et spot radiophonique	- Permet d'avoir une couverture très large pour des cibles variées - Permet de toucher le grand public - Peut être réalisée dans différentes langues nationales - Peut être rediffusée plusieurs fois en particulier dans les périodes idéales pour l'utilisation de l'engrais - Les émissions sont souvent interactives et permettent de dialoguer directement avec les acteurs en particulier les producteurs	- Certaines zones de production éloignées peuvent ne pas être couvertes	-Organisation de producteurs -Grand public
9-Articles dans les journaux	- Permet de passer l'information dans les zones couvertes par les journaux et même dans des journaux qui traite exclusivement de question agricoles - Chaque aspect important peut être passé dans les journaux - Permet de traiter de manière séquentielle les différents thèmes et résultats de l'étude et de les approfondir - L'article peut être archivé	- Coût peut être élevé selon le nombre d'organes, - Coût élevé selon la position de l'article - Absence de journaux en langues locales (sauf pour le pular : BETEWE)	-Services techniques de l'Etat (DRDR, SDDR, MA) -Services d'encadrement (ANCAR, SAED, etc.) -partenaires de la filière -industries productrices et laboratoires de recherche - organisation de producteurs -Grand public

Tableau 3: tableau récapitulatif des messages (à traduire en image et leurs périodes de réalisation) :

THEMES	N° Note	Messages à traduire en image	Période souhaitée	OBSERVATIONS
Recensement des besoins en engrais	1	Les membres du Comité local de cession et de distribution des engrais au niveau de la Communauté rurale se réunissent pour recenser les besoins en engrais des producteurs. Cahier de charge des producteurs édité.	Janvier	Présence des membres du comité (hommes et femmes)
	2	Les comités locaux se réunissent avec le SDDR pour centraliser les besoins en engrais.	Janvier	Présence des membres au niveau département
	3	Le directeur de la DRDR se réunit avec les SDDR pour faire la situation des besoins au niveau de la région.	Janvier	DRDR + SDDR
Commande des besoins en engrais pour les producteurs	4	Le Directeur de la DRDR envoie l'expression des besoins au DA/MA.	Février	
	5	Le MA réunit les membres du Comité national des engrais, la cellule des marchés et le comité de réflexion pour les commandes aux fournisseurs/fabricants.	Février	Membres du comité national, cellule des marchés et membres du comité de réflexion sur les engrais
	6	Le Ministère de l'Agriculture lance un appel d'offre pour la fourniture d'engrais.	Février	
Epandage d'engrais dans une parcelle	7	Charrette d'un producteur remplie d'engrais allant dans une parcelle.	Juin	
	8	Un producteur entrain d'épandre de l'engrais dans sa parcelle	Juin	
Recherche (fertilisation des terres)	9	Parcelle témoin sans engrais/ parcelle traitée à l'engrais	Juillet	
	10	Dose normale d'engrais (3 à 5 sacs d'engrais de 50kg) pour 1 ha – doses et formules selon cultures	-	
	11	Parcelle de riz (ou autres cultures) bien verte à cause des effets des engrais.	Juillet - Août	

NB : nécessité de s'attacher les services d'un l'Infographie et la confection de maquettes pour les dessins et les photos.

Récolte abondante d'une parcelle de riz, transport (effets des engrais)	12	Parcelle de riz en cours de récolte / ensachage Comparaison des sacs de produits récoltés dans le champ avec fertilisation correcte et témoin sans fertilisation	Septembre	
	13	Transport de sacs de riz (ou autre produit) pour la commercialisation	Octobre	
	14	*Différents documents comptables de gestion du comité local de cession des engrais*	Octobre	
Remboursement des engrais par le producteur	*15*	*Un producteur rembourse son crédit engrais au comité local de gestion* Procedure d'enlèvement, verification	Octobre	
Signature de documents comptables	*16*	*Signature du document comptable de remboursement par un producteur devant les membres du comité.*	Octobre	
Commercialisation du riz	*17*	*Un producteur qui vend le reste de sa production de riz ou autre culture en vue de résoudre des problèmes investissement, de gestion des besoins de la famille*	Octobre - Novembre	

U.S. Agency for International Development

1300 Pennsylvania Avenue, NW

Washington, DC 20523

Tel: (202) 712-0000

Fax: (202) 216-3524